

## چکیده

امروزه به منظور رقابت در بازار، شرکت‌ها باید در روند تولید و بازاریابی، جدیدترین و جذاب‌ترین باشند. یکی از راه‌های کسب و کار، استفاده از تولید پاک (سبز) در به دست آوردن مزیت رقابتی در بازار گسترده می‌باشد. هدف این تحقیق سنجش تاثیر گرایش به کارآفرینی، بازاریابی و گرایش به مدیریت دانش بر تولید پاک و ایجاد مزیت رقابتی پایدار در شرایط شدت رقابت (مورد مطالعه: SMEs واقع در شهر صنعتی سفیدرود رشت) بود. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری اطلاعات توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق از مدیران فعال بنگاه‌های کوچک و متوسط در شهر صنعتی سفیدرود رشت تشکیل گردیده که تعداد آن‌ها با توجه به سایت اطلاع‌رسانی صنایع کوچک و متوسط به آدرس [www.sme.ir](http://www.sme.ir) ۱۲۷ واحد می‌باشد. از این رو با توجه به ماهیت جامعه محدود از روش سرشماری استفاده شد و تمامی ۱۲۷ واحد بعنوان نمونه در نظر گرفته شد. داده‌های لازم با استفاده از پرسشنامه و دارای طیف ۵ گزینه‌ای (کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) جمع‌آوری گردیده و با استفاده از نرم افزار SPSS و SmartPLS 3 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. طبق نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها چهار فرضیه تایید و چهار فرضیه رد شدند. یعنی آزمون فرضیه‌ها نشان داد که متغیرهای گرایش به کارآفرینی، بازاریابی و گرایش به مدیریت دانش بر تولید پاک تاثیرگذار است. همچنین ارتباط بین تولید پاک و مزیت رقابتی پایدار نیز تایید شد. اما نقش تعدیل‌کننده شدت رقابت در رابطه بین متغیرهای گرایش به کارآفرینی و تولید پاک؛ گرایش به مدیریت دانش و تولید پاک؛ تولید پاک و مزیت رقابتی پایدار تایید نشد.

کلیدواژه‌ها: تولید پاک، گرایش به کارآفرینی، بازاریابی، گرایش به مدیریت دانش، مزیت رقابتی پایدار، شدت رقابت